



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

**Producción de vino blanco de la bodega D' la cruz - Cañete para la
exportación al mercado estadounidense, año 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Castillo Miranda, Pierina Alinson (ORCID: 0000-0002-5687-9654)

Villamares Luyo, Roberto Angel (ORCID: 0000-0003-1317-0546)

ASESOR:

Dr. Frias Guevara, Roberth (ORCID: 0000-0003-3670-3384)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedicamos a Dios por darnos la vida y salud, a nuestros padres y docentes por el apoyo, la motivación y la enseñanza brindada en todo este tiempo para poder forjar en nosotros la perseverancia. De manera que nos hará ser un futuro profesional de éxito y destacando en la vida.

A nuestro profesor el Dr. Roberth Frías Guevara por ser nuestro guía en este trabajo.

Agradecimiento

Deseamos dar gracias a Dios por darnos la fuerzas y sabiduría para seguir adelante con nuestro proyecto.

Esta tesis ha sido todo un reto para nosotros es por ello que queremos agradecer a nuestro profesor el Dr. Roberth Frías Guevara y al grupo de profesores por todo el apoyo constante que nos han brindado.

A nuestros padres por confiar y apoyarnos siempre también por darnos esa fuerza para seguir adelante inculcándonos principios, valores que nos dan como resultado ser una persona profesional y de esa manera sientan ese fruto en orgullo de nosotros.

INDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos... ..	iii
Indice tablas.....	iv
Indice de graficos y figuras.....	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. Introducción	1
II. Marco teórico	4
III. Metodología	8
3.1 tipo y diseño de investigación	8
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo población,unidad de analisis	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5. Procedimiento.....	15
3.6. Método de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. Resultados.....	17
V. Discusión	25
VI. Conclusiones	30
VII. Recomendaciones	33
Referencias.....	34
Anexos	
Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables	
Anexo 2. Instrumento de recolección de datos	
Anexo 3. Validación de los Instrumentos	
Anexo 4. Confiabilidad y fiabilidad de las variables	
Anexo 5. Matriz de consistencia	
Anexo 6. Declaratoria de originalidad del autor.	
Anexo 7. Declaratoria de autenticidad del asesor	
Anexo 8. Acta de sustentación del Trabajo de Investigación / Tesis	
Anexo 9. Autorización de publicación en repositorio institucional.	

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla

Tabla 1. Lista de la población de la Bodega D' la Cruz	11
Tabla 2. Lista de Muestra y Muestreo de la Bodega D' la Cruz.....	12
Tabla 3. Principales Técnicas e Instrumento De La Investigación	14
Tabla 4. Juicio de Expertos	14
Tabla 5. Estadística de fiabilidad.....	17
Tabla 6. Gráfico de la pregunta 8 de la variable 1 Producción	18
Tabla 7. Gráfico de la pregunta 17 de la variable 2 Exportación	19
Tabla 8. Valor coeficiente de Rho de Spearman	20
Tabla 9. Grado de correlación y nivel de significancia entre la Variable 1: Producción y la Variable 2 : Exportación	21
Tabla 10. Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1:Producción y la Dimensión 4: Mercado Objetivo.	22
Tabla 11. Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1: Producción y la Dimensión 5: Investigación Económica.	23
Tabla 12. Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1: Producción y la Dimensión 6: Proceso Logístico Internacional.....	24

Figuras

Figura 1. ¿Considera que la bodega cuenta con el proceso de transformación adecuado para el producto?	18
Figura 2. ¿Considera usted que su estructura organizacional cuenta con la preparación necesaria para afrontar las exigencias del mercado a exportar?.....	19

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo Determinar la relación que existe entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz- Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020.

El presente trabajo de investigación se desarrolló según el enfoque cuantitativo ya que para el mencionado estudio se utilizó variables que son medibles y la recolección de los datos se basa en el análisis e interpretación hipotética que explica y señala las deducciones esperada en base a conocimientos descriptivos y estadísticos. La investigación tiene un diseño no experimental Transversal porque el estudio se realizó en un determinado periodo de tiempo sin alterar las variable.

En el presente trabajo de investigación se procedió a realizar el análisis de datos se realizó una encuesta teniendo como instrumento el cuestionario cuyos resultados se procesaron a través del programa estadístico SPSS, del cual se obtuvieron tablas estadísticas y gráficos de barras que usamos para descubrir los datos que necesitábamos para identificar la relación entre las variables.

La investigación permitió concluir que existe una relación positiva entre las variables de estudios: Producción de vino blanco de la bodega D' la cruz y la exportación al mercado estadounidense, año 2020.

Palabras Clave: Producción, Exportación y rentabilidad.

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between the production of white wine from the D 'la Cruz - Cañete winery and export to the United States market, 2020.

This research work will be analyzed according to the quantitative approach since for the aforementioned study the variables that are measurable will be analyzed and the data collection is based on the hypothetical analysis and interpretation that explains and indicates the expected deductions based on knowledge, descriptive and statistics. The research has a non-experimental Transversal design because the study was carried out in a determined period of time without altering the variables

In the present research work, the data analysis will be carried out, a survey was carried out using the questionnaire as an instrument, the results of which were processed through the SPSS statistical program, which obtained statistical tables and bar graphs that we used to discover the data. that we needed to identify the relationship between the variables.

The estimated research concludes that there is a positive relationship between the study variables: Production of white wine from the D'la Cruz winery and export to the US market, year 2020.

Keywords: Production, Export and profitabili

I. INTRODUCCIÓN

En el entorno mundial actual la OIV señaló que 7,6 millones de hectáreas son utilizados como suelo de viñedos, existe gran variedad de cepas de uva en el mundo, normalmente las encontramos en continentes como Europa, América y Oceanía, una de las cepas es la borgoña blanca, la cual se usa para la elaboración del vino blanco, se estima que este tipo de vino se elabora desde hace 2500 años, a esta cepa se le interrumpe su fermentación antes que todos los azúcares se conviertan en alcohol, lo cual hace que tome un color amarillento, es por todo esto que se le denomina vino blanco. Los principales países productores de vino son Italia, España y Francia en ese orden, estos producen aproximadamente el 50% de todo el vino a nivel mundial, mientras que en cuarto lugar se encuentra Estados Unidos, FAO señaló que la producción de vino en este país tuvo una caída en el 2015 superando los 2.2 millones de litros a comparación del año anterior con un déficit de 10%, debido a causas climatológicas sufridas en la ciudad de California siendo el estado que más produce a nivel nacional con un 90%, no obstante, lo que se produce en este estado es exportada a diferentes países extranjeros, a pesar de ello en el 2019, OIV indicó que Estados Unidos registró una producción de 2390 millones de litros de vino, recuperándose de la caída del 2015. España es el país que más exporta vino seguido por Italia y Francia, la razón es que el vino español es más barato y por ende se vende más. El vino italiano y francés también tienen una gran demanda de exportación, pero el precio es 2 veces más que el vino que ofrece España, así también estos dos países están dentro de los mayores consumidores de vino, encabezando Estados Unidos. En América Latina los principales países productores y exportadores son Argentina y Chile, siendo su principal destino China, el vino argentino principalmente el Malbec, se hizo conocido a raíz de la disputa de China con Estados Unidos que previamente era quien destinaba sus exportaciones a dicho país, otro motivo fue que los 3 principales productores tuvieron una baja por fenómenos climatológicas. Hoy en día en el Perú el vino que se produce se distribuye sólo a nivel nacional, además la industria vitivinícola no está considerada como una de las más importantes, a comparación de otros sectores como: el agrícola, pesquero y minero, por ello estos exportan en mayor cantidad. ADEX señaló que existen

pocas empresas en la industria vitivinícola, siendo los principales productores Santiago Queirolo, Ocucaje, Tacama y Tabernero. MINAGRI señala que en la provincia de Ica existen 9,360 productores entre naturales y jurídicas que producen uva para el proceso de vino blanco, concentrándose el 85% en la zona sur del país, ya que el clima ayuda a obtener altos rendimientos. En un mundo con visión a la globalización, la exportación es una buena estrategia, el Perú cuenta con más de 20 acuerdos comerciales actualmente, los cuales se deberían efectuar con el objetivo de lograr una economía de escala, donde al tener mayor producción se obtendrá menores costos. Es por ello que se busca internacionalizar la Bodega D' la Cruz, ofreciendo competitividad y diversidad dentro de los productos peruanos ya exportados, además se tiene como objetivo inculcar la iniciativa de exportación y capacitación a la gran cantidad de productores que cuenta el país. En la presente investigación los problemas formulados fueron: Problema General, ¿Cuál es la relación entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la Exportación al mercado estadounidense, año 2020? Además, se formuló el problema específico 1: ¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y el Mercado objetivo, año 2020? Así como el problema específico 2: ¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la Investigación económica, año 2020? y el problema específico 3: ¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020? La Justificación en el ámbito teórico, según ADEX servirá como aporte a futuras investigaciones sobre las estrategias de producción y exportación, la cual beneficiará de manera directa a las empresas vitivinícolas donde se busca incentivar la internacionalización a través de la información que brinda nuestra investigación, para que obtengan crecimiento, expansión y aumentar su rentabilidad. En el entorno práctico, el resultado de nuestra investigación permitirá conocer la producción de vino blanco y cómo se va a operar en el proceso de la exportación al mercado objetivo con todas las actividades económicas involucradas y el proceso logístico internacional, además incentivará a los estudiantes de nuestra o de diferentes universidades del país que quieran dar nuevos aportes prácticos para futuros trabajos de investigación. En la

justificación social los beneficios que otorgará esta investigación se podrán evidenciar a partir de que los empresarios perciban que necesitan expandir su empresa a mercados foráneos, en este sentido se beneficiarán las empresas dedicadas al sector vitivinícolas, porque se definirá la exportación como estrategia principal. Se justifica metodológicamente ya que se ha usado el método científico para ampliar conocimientos de las variables intervinientes: Producción y Exportación, mediante la observación del proceso para la exportación, desarrollo de los hallazgos, análisis e hipótesis planteadas, para luego recoger información sobre la producción del vino blanco y Exportación al mercado estadounidense. En este sentido, se cumplirá estrictamente con el protocolo de investigación con la finalidad de demostrar la validación y confiabilidad de los instrumentos de recojo de datos, garantizando que pudieran utilizarse en otras investigaciones que tengan el propósito de brindar solución a una problemática similar. Los objetivos formulados fueron: objetivo general: Determinar la relación que existe entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz- Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Posteriormente tenemos el objetivo específico 1: Identificar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz -Cañete y el Mercado objetivo, año 2020. Así como el objetivo específico 2: Describir la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz-Cañete y la Investigación económica, año 2020. y el objetivo específico 3: Interpretar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz-Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020. Se tomó en cuenta la hipótesis general: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Asimismo, como hipótesis específica 1: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Mercado Objetivo, año 2020. La hipótesis específica 2: la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la Investigación Económica, año 2020 y la hipótesis Específica 3: la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Proceso Logístico Internacional, año 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Los trabajos previos nacionales que se tomaron son los siguientes: Almeyda (2017) En su tesis titulada “Sistema de gestión de costos de la calidad para incrementar la rentabilidad de una empresa vitivinícola” expuesto para alcanzar su licenciatura en ingeniería de gestión empresarial. Tuvo como finalidad crear un plan estratégico de administración de costos sobre la calidad, de manera que se pueda acrecentar el rendimiento de la empresa vitivinícola viñedos que está situada en la provincia de chincha, tuvo una metodología descriptiva y no experimental, tuvo como conclusión que la aplicación del plan estratégico de administración de costos sobre la calidad obtendría mayor rendimiento para la empresa con un alto porcentaje de progresión. Arias (2015) En su tesis “Caracterización de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio- Rubro vitivinícola del distrito de nuevo imperial, provincia de Cañete, departamento de lima, Año 2015” planteado para lograr su licenciatura en Administración de Empresas. Tuvo la finalidad de diagnosticar las principales características de la competitividad del rubro vitivinícola por parte de las MYPES de la provincia de Cañete. Existió una metodología descriptiva y no experimental, se concluyó que la mayoría de las empresa MYPE sabe de su competencia y que cuenta con trabajadores capacitados para la elaboración del vino, se identificó mediante la investigación que el vino más consumido es el vino blanco; Navinta (2015) En su tesis “Asociatividad de los productores de vino del valle de san juan de chorunga para la exportación de vino, 2015” planteado para lograr su licenciatura en Administración de negocios internacionales, tuvo la finalidad de proponer la exportación de vinos al mercado Americano. Existió una metodología descriptiva y experimental, se concluyó que existe un déficit en la administración empresarial, estratégica y comercial, es por ello que plantea capacitar en los puntos débiles encontrados. Atalaya (2018). En su tesis “Características de la Cadena Productiva de Vino de Cascas - La Libertad para su competitividad del producto EE. UU New York” planteado para lograr su licenciatura en Administración y Negocios Internacionales, su objetivo fue analizar las características de la cadena productiva de vino de cascás para la competitividad al mercado de New York.

Su metodología fue descriptiva y no experimental, se concluyó que los productores cuentan con lo óptimo para la Distribución a nivel nacional y para una competitividad de vino factible. Entre los trabajos previos internacionales destacamos a Villamar (2019). En su tesis “Plan de Exportación de Vino de Laboratorio con frutas de la empresa Unión Vitivinícola Internacional S.A hacia el mercado de Italia” propuesto para alcanzar el grado de Licenciatura en Comercio Exterior, la finalidad del trabajo fue proponer la exportación de vino hacia el mercado americano, su metodología fue descriptiva, cuantitativa. Concluyó que existe una gran demanda del vino en el mercado americano; por ende, aprovechando los acuerdos comerciales, sería el mercado idóneo, los que se observa un gran ascenso por ser un buen producto para exportación; Salvador (2016) En su tesis “Mercado internacional del vino, Intentos de modelización y estrategias territoriales de comercialización en España” presentada para adquirir el grado de doctor en economía, se consideró que existe un superávit en la demanda en todo el mundo a pesar que sucediera una crisis económica en el año 2007. Su método fue descriptivo y no experimental, se concluyó que la unión europea seguirá encabezando el dispendio de vino en el mundo a largo plazo, ya que su consumo per cápita es desmesurado a comparación del resto de los países declarando que el margen de desarrollo de los mercados extra comunitarios es gigantesco; Esquivel (2017) En su tesis “Producción y exportación de vino de la casa Roganto al mercado inglés, 2017” presentada para la adquisición de licenciatura en Relaciones económicas internacionales, su objetivo fue identificar el perfil del consumidor, la demanda y datos correspondientes del mercado meta para la exportación al mercado americano. Tuvo una metodología descriptiva, no experimental, por ello se concluyó que, cumpliendo con las exigencias del consumidor y a través de la promoción y distintas actividades estratégicas permitirá que el consumidor obtenga una mayor visión del vino cumpliendo con los estándar de calidad que exige el mercado americano; Respecto a las teorías relacionadas a la variable 1 Producción, se presentan las siguientes teorías; Según Smith (1776) en su libro “La riqueza de las naciones” Plantea la Teoría del Valor- Trabajo en donde obtuvo una mejor visión del ámbito económico en el cual concluye que la producción es lo que impulsa a la economía dentro del desarrollo de la misma,

definiéndolo como un proceso que transforma un bien en otro con la finalidad de diferenciar producto y el obtener el posicionamiento en el mercado objetivo. así también Smith nos comenta acerca del trabajo que es una pieza fundamental en el valor de un bien o servicio, es por ello que lo incluimos dentro de nuestros indicadores. Esta variable presenta la siguientes dimensiones; Para esta primera variable identificamos tres dimensiones, Trazabilidad, Según Peña (2014) define que es primordial que los productos y servicios que ofertan las organizaciones aporten valor a los clientes por ello el plan de producción es en función de las necesidades, es por ello que se considera como continuos procedimientos que conllevan a un producto final, etapa por etapa y al mismo tiempo se comienza a estimar la demanda del país destino y también se comienza a introducir los objetivos de niveles como de inventario de materia prima para el producto terminado a niveles de producción (p.20); Diferenciación, Según Riggs (2015) define que las estrategias tácticas son las decisiones a tomar según el alcance del tiempo si es a largo plazo impactan en el funcionamiento de la organización durante varios años es importante que estas decisiones estén alineadas con la estrategia corporativa de lo cual se va a centrar estos aspectos como la localización de las instalaciones, determinar la capacidad necesaria, definir el proceso productivo y decidir el lanzamiento de nuevos productos, política de calidad y medidas de ajuste de la capacidad con la demanda, de manera que se busca tener diferencia ante la demás competencia, realizando diversas estrategias para que esa diferencia sea más notoria y poder generar preferencias por parte del consumidor (p.40); Posicionamiento, Vega (2015). Define las necesidades del mercado, así como distintas oportunidades para cumplir con las necesidades del consumidor, brindando todo lo que el consumidor busca, desde oferta, calidad, diferenciación, variedad, etc. y así cubrir la necesidad del mismo, considerando la capacidad aproximada que se presenta dentro de las posibilidades del mercado para el posicionamiento de la mente del consumidor, de esta manera también se busca fidelizar al cliente (p.19). Respecto a las teorías relacionadas al tema de la variable Exportación se presentan las siguientes teorías; Según Smith (1776) en su libro “La riqueza de naciones” basándose en este libro plantea la teoría clásica de la ventaja absoluta, resalta el valor del libre

comercio, de esta manera obtener una mejor economía, es por ello que se obtiene países que el coste de producción es menor al de otros, ya que las empresas a internacionalizarse generan una economía de escala, donde mientras más producen, el costo de producción es menor, de la misma manera que se genera la creación de mercado. Otra teoría relacionada al tema es la ventaja comparativa, según David Ricardo(1817) en su libro “Principios de Política económica” lo que se pretende en esta teoría es refinar a la del teórico Adam Smith, de tal manera que el desarrollo de los países a nivel mundial se debe a los sectores donde se dedica en mayor masa la producción para luego centrarse en la exportación con el proceso adecuado de fabricación en productos referentes que muestran costos bajos y de esta manera David Ricardo indica en esta teoría, que es más óptimo especializarse en una mercancía para obtener una ventaja, ante las demás competencias ya que esto produce competitividad y productividad, más aún tomando como herramientas los procesos de la internacionalización. Para entender mejor ambas teorías citadas, Koontz (2005), define la exportación como la acción de vender bienes o servicios que brinda una empresa por ello es necesario tener conocimiento del mercado objetivo mediante la investigación económica del país destino y la logística internacional para la exportación Para esta segunda variables identificamos tres dimensiones, Mercado Objetivo, Carle(2014) indica que el mercado objetivo es aquel donde nuestro producto va a poder desenvolverse mejor, obteniendo mayor demanda, es por ello que se hace un estudio previo de los posibles mercados y se elige el más adecuado, para luego proceder a las negociaciones, Carle nos dice que las negociaciones internacionales es el trabajo y el esfuerzo de producir un acercamiento, con el objetivo de producir un punto aceptable para las partes intervinientes, desarrollando así una buena relación en el mercado, para que posteriormente pueda existir una constante confianza con la contraparte, por ello es importante analizar todos los factores que engloban esta acción, empezando por la cultura que presenta cada parte a negociar(p.19); Investigación Económica, Según Otero(2008) indica que una investigación es un estudio que se realiza a un determinado fenómeno, de manera que se obtienen diversos resultados, según el área y el acaparamiento que se estudie, la investigación económica, como su nombre lo dice es la

acción de estudiar la economía de un determinado sector, en el caso de comercio exterior, se utiliza para predecir el comportamiento económico del mercado objetivo y poder discernir el comportamiento del producto o servicio que se plantea brindar, así también definen que es el análisis de un mercado, donde se evalúan diversos factores con la finalidad de obtener resultados económicos para saber si es favorable realizar algún proyecto en dicho lugar, no obstante se necesita formular mejoras constantes de productos y servicios, conllevando a la innovación para fomentar eficiencia y rentabilidad, con una visión a acrecentar el sector empresarial; Proceso Logístico Internacional, Bassam (2015) define como un proceso logístico coherente de profunda reflexión, analizando las fortalezas, debilidades, capacidades y el mejor uso de los recursos, con el objetivo de poder hacer frente al compás con el que se desarrolla una mejor producción, la logística como se explicó previamente, es una serie de procesos o procedimientos, en donde el objetivo final es un buen producto o servicio, entregado en el lugar y la hora acordada, dentro de este proceso las etapas más generales son; compras, servicio al cliente, gestión de inventarios, almacenamiento y transporte, siguiendo estas etapas se logra el objetivo que tiene el proceso logístico. (p.12).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación

Se estableció que el tipo de investigación es aplicada sobre acciones concretas que ocurrieron en el mundo real, se va a detallar tal como se dan los acontecimientos o situaciones, ya que una investigación aplicada busca conocer cómo se debe de proceder, que se debe de hacer, o que se debe de modificar para controlar procesos que pasan en la realidad, con el propósito de dar una posible solución a problemas concretos.

En este sentido Vargas menciona lo siguiente:

La investigación aplicada es una forma de profundizar lo que se establecen en realidades con evidencia científica, por ello estos se consideran como los

estudios para el desarrollo de teorías científicas previamente validadas, para el fin de problemas prácticos y el previo control de situaciones que se establecen en la vida diaria (Vargas, 2009, p.9).

El enfoque que siguió la investigación es cuantitativo, ya que luego del proceso metodológico, se realizó la recopilación de datos y el cálculo de las variables utilizadas, donde posteriormente se analizó e interpretó según los resultados obtenidos.

En este sentido Hernández, Fernández y Baptista mencionan lo siguiente:

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos definir alguna fase. Parte de una idea que va delimitando, luego se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se extrae una serie de conclusiones. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4).

Diseño de investigación

En esta investigación se adaptó al diseño no experimental Transversal se desarrolló el estudio sin manipular de manera directa a las variables y se observaron los acontecimientos a raíz de ellos para luego analizarlos.

En este sentido Yáñez, Díaz y Fernández mencionan lo siguiente:

Es un tipo de diseño donde se manipula deliberadamente variables y que se basa de forma fundamental en la formación tal y como se dan en contexto natural para después analizarlos (Yáñez, Díaz y Fernández, 2018, p.45).

La presente investigación es descriptiva e inferencial para analizar e interpretar las variables y obtener una solución.

En este sentido Hernández, Fernández y Baptista mencionan lo siguiente:

El objetivo del investigador trata en la descripción de los acontecimientos y manifestarlo, de tal manera se logra especificar características, perfiles, o cualquier otro que se imponga a un análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 155).

3.2. Variables y operacionalización

La investigación presenta la operacionalización donde se trabajaron las dos variables, la variable 1 Producción, para la definición conceptual tomamos como referencia la teoría de Smith (1776) quien define la producción como el proceso que convierte o transforma un bien en otro con la finalidad de diferenciar producto y el obtener el posicionamiento en el mercado objetivo. Asimismo, tenemos la definición operacional: El presente estudio, para el trabajo de campo aplicará la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, Por lo mismo se tomará los indicadores y dimensiones de la teoría principal, de las teorías relacionadas al tema. Sus dimensiones son Trazabilidad, Diferenciación y Posicionamiento y por último sus indicadores son Actividades Productivas, Costo de Producción, Cadena de suministros, Público Objetivo, Calidad, Oferta Competitiva, Posicionamiento de competidores, Posicionamiento de consumidores, Posicionamiento del producto. La Variable 2 Exportación, para la definición conceptual tomamos como referencias la definición de Koontz (2005), quien define la exportación como la acción de vender bienes o servicios que brinda una empresa por ello es necesario tener conocimiento del mercado objetivo mediante la investigación económica del país destino y la logística internacional para la exportación. Así mismo tenemos la definición operacional: El presente estudio, para el trabajo de campo aplicará la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, Por lo mismo se tomará los indicadores y dimensiones de la teoría principal, de las teorías relacionadas al tema. Sus dimensiones son Mercado objetivo, Investigación Económica y Proceso logístico Internacional y por último sus indicadores son Optimización de recursos, Servicios y/o productos eficaces, Creación de nuevos productos o servicios, Demanda potencial del producto, Barreras tarifarias a las exportaciones, Estabilidad económica del país de destino, Variación en las

tasas de cambio, Capacidad Exportable, Costos Logísticos -Garantía de Entrega de mercancía.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

La presente investigación se tomó como población a los 20 entre directivos y trabajadores que se realizará en la Bodega D' la Cruz, año 2020, por lo que se ha establecido visitando y encuestando a los referentes trabajadores de las mismas. De manera que ellos son los que conforman la población.

Tabla 1

Lista de la población de la Bodega D' la Cruz

CARGO	N°	PORCENTAJE
Gerencia General	2	10%
Gerencia de Producción	4	20%
Gerencia Financiera	3	15%
Gerencia Logística	5	25%
Gerencia de Ventas y Exportación	6	30%
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración Propia

Muestra

En esta investigación se empleó una muestra censal ya que nuestro número de población es igual a la muestra, según la base de datos se tomó en consideración a los 20 entre Directivos y trabajadores de la Bodega D' la Cruz. Según Ramírez (1997) estableció que tiene como finalidad que todas las unidades de investigación son consideradas como muestra, así también considera por ello la simultaneidad entre población y muestra (p.11).

Muestreo

En la presente investigación se utilizó un muestreo de 10 entre directivos y trabajadores de la Bodega D' la Cruz, que vendría a ser el 50% de la muestra. Según Rodríguez (2009) Indicó que el muestreo es la técnica para la recopilación de una muestra desde una población, es un instrumento donde su primordial función es definir qué parte de una realidad en estudio se tiene que analizar con el fin de realizar inferencias de tal población (p.25).

Tabla 2

Lista de Muestra y Muestreo de la Bodega D' la Cruz

CARGO	MUESTRA CENSAL	PORCENTAJE	MUESTREO PRUEBA PILOTO (50%)	PORCENTAJE
Gerencia General	2	10%	1	10%
Gerencia De Producción	4	20%	2	20%
Gerencia Financiera	3	15%	1	10%
Gerencia De Ventas	5	25%	3	30%
Logística	6	30%	3	30%
TOTAL	20	100%	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Unidad de análisis

Serán los Directivos y trabajadores de la Bodega D' la Cruz

Según Vara (2010) indicó que la población es un grupo de individuos que tienen cosas en común, encontrados en una determinada en un zona o territorio (p.210).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La presente investigación utilizó la técnica de la observación de documentos en base a la revisión sistemática de artículos científicos, tesis y libros a los que se tuvo acceso, asimismo fue necesario realizar la encuesta como procedimientos para recopilar datos, lo cual nos brindó la información que necesitábamos para poder determinar si la producción de vino blanco de la Bodega D' la cruz - Cañete tiene relación con la exportación al mercado estadounidense año 2020.

Sánchez y Reyes (2015), indica que la recopilación de datos es a través de documentales o de fuentes escritas primarias o secundarias para lograr una investigación, trata del estudio y análisis de documentos que contienen información relacionada con las variables que son abordadas dentro de una investigación. Por lo señalado, se determina que la presente investigación utilizará al análisis documental como procedimiento de recopilación de datos ya que la información se recogerá y se dará cumplimiento a los objetivos procederá en su totalidad de documentos asociados a las variables en estudio.

En esta investigación se eligió como instrumento el cuestionario con la escala Likert para recolectar, esto nos permitió analizar si nuestra variable producción tiene relación con la variable producción de vino blanco de la de la Bodega D' la cruz - Cañete tiene relación con la exportación al mercado estadounidense, año 2020, para ello, se diseñó un cuestionario para la variable de producción que cuenta con 21 preguntas y un cuestionario para la variable exportación que cuenta también con 22 preguntas. Arribas (2004). En su artículo "Diseño y validación del cuestionario", nos dice que el cuestionario funciona como instrumento para recoger información, además, está diseñado para cuantificar la información y volverla universal, Así también las entrevistas y los cuestionarios validan la información que manejan con la información verbal de percepciones, sentimientos, actitudes o conductas que brinda el encuestado (p.17).

Tabla 3

Principales Técnicas e Instrumento De La Investigación

Técnicas	Instrumentos
Observación	❖ Guía de Observación
Encuesta	❖ Cuestionario

Fuente: Elaboración Propia

Validación y confiabilidad del instrumento

A través de la herramienta que se empleó para el desarrollo de la investigación, este cuestionario se sometió a juicio por un experto, para obtener la validación de esta investigación.

Validez

La validez, de acuerdo con Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez (2014), es la congruencia que posee una herramienta de cálculo, la capacidad que tiene para realizar la medición de aquello que se pretende medir, la exactitud con que realiza la medición y en general, el instrumento fue validado por expertos de la especialidad.

Tabla 4

Juicio de Expertos

Expertos	Valor
Experto 1: Dr. Frías Guevara, Roberth	90%
Experto 2: Mgtr. Pasache Ramos, Maximo Fidel	80%
Experto 3: Mgtr. Marquez Caro, Fernando Luis	85%

Fuente: Elaboración Propia

Confiabilidad

Para analizar la confiabilidad del instrumento de evaluación, se procedió a analizar los resultados, procesadas a través del software SPSS, donde se comprobó que el instrumento de investigación es fiable y tiene un alto grado de precisión y exactitud convirtiéndose en un instrumento confiable. Según Rojas (1988) la confiabilidad se encuentra presente en todo el proceso de investigación, así como en los distintos procedimientos utilizados para recopilar, clasificar y analizar la información. (p.131).

Para la realización de la prueba piloto se tomó la muestra de las personas involucradas en el área de estudio, que tenían las mismas características, empleando el estadístico Alfa de Cronbach, ya que la herramienta es un cuestionario.

Al desarrollar los datos por variable, se puede determinar que el Alfa de Cronbach de la primera variable "Producción" es de 0,937 y la segunda variable "Exportación" es de 0,944 se demostró que el instrumento es válido y se dio a conocer que posee una consistencia alta en relación a cada una de sus variables.

3.5. Procedimiento

Tomamos en consideración las fuentes teóricas y prácticas, después de revisar fuentes primarias y secundarias de información a través de libros, artículos científicos e informes de ADEX, MINAGRI, OIV, etc. El procedimiento utilizado en la siguiente investigación fue el siguiente: Se inició con la empresa D' la Cruz que produce vino blanco quienes fueron los que nos apoyó con la información que necesitábamos, se tomaron a los directivos y trabajadores que cuentan con la experiencia necesaria y cumplen los criterios que necesitábamos para la reunir datos. Se continuó con la aplicación de nuestra encuesta de manera consecutiva, uno tras otro de manera individual hasta completar la muestra teniendo en cuenta la información que se deseaba obtener, se utilizó el cuestionario de encuesta detallada y la observación. Finalmente se ordenaron los datos que obtuvimos

de la empresa D' la Cruz que produce vino blanco en una base de datos de Excel que luego se ingresaron al programa estadístico SPSS, de cual se obtuvieron los resultados que necesitábamos para nuestra tesis.

3.6. Método de análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos utilizamos el método estadístico y se aplicó a través del SPSS de forma independiente cada variable como dimensiones, luego de ordenar los datos (a través de tablas) los representamos con gráficos y por último para la descripción de datos utilizamos números estadísticos.

Bausela (2005). En su artículo “SPSS: Un instrumento de análisis de datos cuantitativos”, menciona que El SPSS sirve como herramienta para tratar datos y analizarlos estadísticamente, gracias a este programa podemos ahorrar de tiempo y esfuerzo, ya que en cuestión de segundos simplificamos un trabajo que nos puede costar realizarlo en días. También nos da la posibilidad de realizar cálculos más exactos y precisos, con este programa podemos procesar grandes cantidades de datos con varias variables y muestras de todo tamaño, las cuales luego de obtener sus resultados pueden ser interpretados (p.63).

3.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se aplicó la estructura metodológica de la guía de investigación de la Universidad Cesar Vallejo y se presentaron las fuentes de información aplicadas para sustentar nuestra investigación adaptando el formato APA. Así mismo fue necesario procesar la información en el programa Turnitin, que evaluó la similitud entre nuestro trabajo y la información consultada con el fin de establecer la veracidad en la referente información a trabajarse cumpliendo y teniendo como finalidad la normatividad de la universidad haciendo cumplir con la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Presentación de Resultados

La presente investigación tiene como objetivo es determinar la relación que existe entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz- Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Así mismo fue necesario el procedimiento usado para determinar el coeficiente de confiabilidad y la consistencia interna entre la variable 1 "Producción" y la variable 2 "Exportación" del instrumento denominado Alfa de Cronbach en la que se puso a prueba la homogeneidad de las 43 preguntas relacionadas en ambas variables.

Tabla 5

Estadística de fiabilidad

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N° de elementos</i>
,962	43

Fuente: SPSS Statistics 25

INTERPRETACIÓN

Se conoce que al hablar de confiabilidad es sinónimo de seguridad y precisión, de acuerdo a los resultados obtenido, el coeficiente de confiabilidad de las 43 preguntas es de 0,962 y al ser este mayor a 0.8 el instrumento es válido y altamente confiable.

Tabla 6

Gráfico de la pregunta 8 de la variable 1 Producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	4	40,0	40,0	40,0
	SIEMPRE	6	60,0	60,0	100,0
	SIEMPRE				
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

¿Considera usted que la bodega cuenta con el proceso de transformación adecuado para el producto?

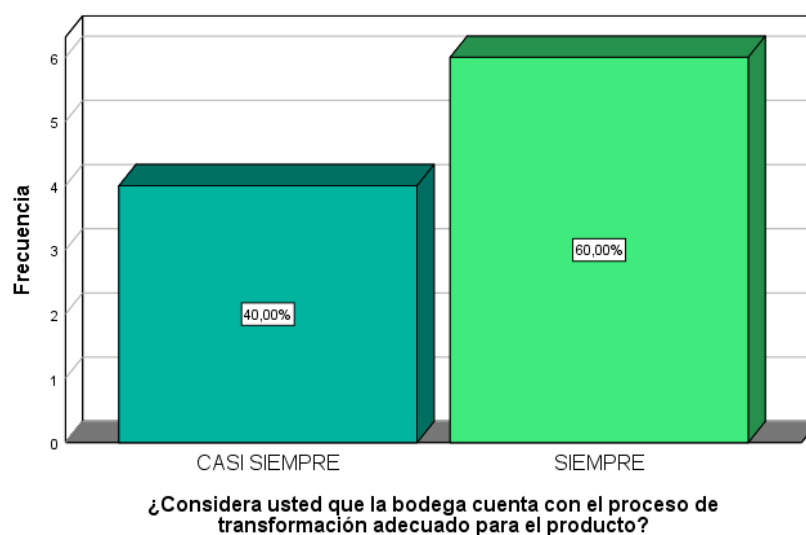


Figura 1 ¿Considera que la bodega cuenta con el proceso de transformación adecuado para el producto?

En la tabla 6 y figura 1, se observa que en el muestreo de la Bodega de la Cruz 2020, el 60,00 % indicaron que siempre cuenta con el proceso de transformación adecuado para el producto y el 40,00% indicaron que casi siempre.

Tabla 7

Gráfico de la pregunta 17 de la variable 2 Exportación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	3	30,0	30,0	40,0
	SIEMPRE	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

¿Considera usted que su estructura organizacional cuenta con la preparación necesaria para afrontar las exigencias del mercado a exportar?

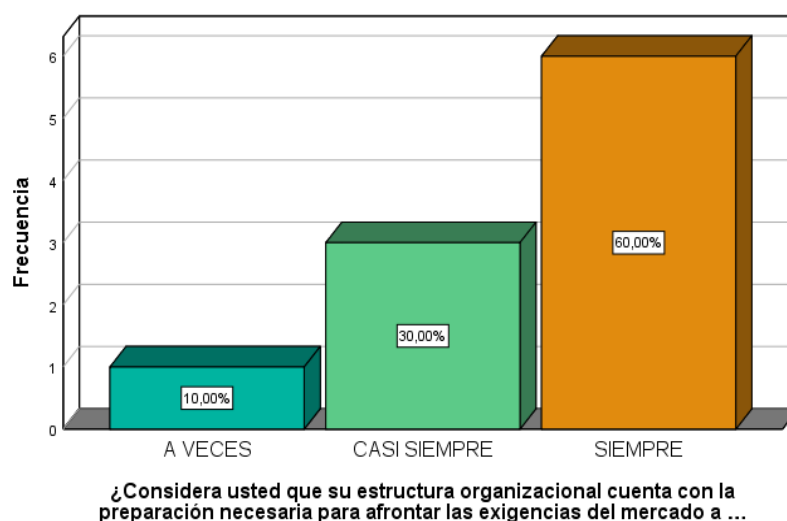


Figura 2 ¿Considera usted que su estructura organizacional cuenta con la preparación necesaria para afrontar las exigencias del mercado a exportar

En la tabla 7 y figura 2, se observa que en el muestreo de la Bodega de la Cruz 2020, el 60,00 % indicaron que siempre la bodega D' la Cruz cuenta con la preparación necesaria para afrontar las exigencias del mercado a exportar, el 30,00% indicaron que casi siempre y el 10,00% indicaron que a veces.

4.2 Contrastación de Hipótesis

Según la serie de resultados obtenidos, es factible decir que las hipótesis y objetivos desarrolladas en nuestra investigación están satisfechos, acorde a las siguientes afirmaciones correlacionadas:

Tabla 8

Valor coeficiente de Rho de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte

Fuente: Elaboración propia, Basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998.

Prueba de Hipótesis General:

Hipótesis estadística

H0: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz – Cañete no se relaciona positivamente con la exportación al mercado estadounidense, año 2020.

H1: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la exportación al mercado estadounidense, año 2020.

Tabla 9

Grado de correlación y nivel de significancia entre la Variable 1: Producción y la Variable 2: Exportación

Correlaciones

			VARIABLE 1: Producción	VARIABLE 2: Exportación
Rho de Spearman	VARIABLE 1: Producción	Coeficiente de correlación	1,000	,903**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	VARIABLE 2: Exportación	Coeficiente de correlación	,903**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS Statistics 25

Conclusión

Se observa que el grado de correlación determinadas por Rho Spearman, donde la Producción de Vino blanco, se relaciona significativamente con la Exportación al mercado estadounidense, año 2020. Según la correlación de Rho de Spearman de 0,903, cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte entre las variables y significación bilateral 0,000, por lo que tiene un alto significativo, es por ello que se acepta la hipótesis alterna. Existe relación directa y significativa entre la Producción de Vino blanco y la Exportación al mercado estadounidense, año 2020.

Prueba de Hipótesis específico 1:

Hipótesis estadística

H0: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete no se relaciona positivamente con el Mercado Objetivo, año 2020.

H1: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Mercado Objetivo, año 2020.

Tabla 10

Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1: Producción y la Dimensión 4: Mercado Objetivo.

Correlaciones

			VARIABLE 1: Producción	DIMENSIÓN 4: Mercado Objetivo
Rho de Spearman	VARIABLE 1: Producción	Coefficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	DIMENSIÓN 4: Mercado Objetivo	Coefficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS Statistics 25

Conclusión

Se observa el grado de correlación determinadas por Rho Spearman, donde la Producción de vino blanco, se relaciona significativamente con el Mercado Objetivo. Según la correlación de Rho de Spearman de 0,816 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte entre las variables y significación bilateral 0,000, por lo que tiene un alto significativo, es por ello

que se acepta la hipótesis alterna. Existe relación directa y significativa entre la Producción de Vino blanco y el Mercado Objetivo.

Prueba de Hipótesis Específico 2:

Hipótesis estadística

H0: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete no se relaciona positivamente con la Investigación Económica, año 2020.

H2: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la Investigación Económica, año 2020.

Tabla 11

Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1: Producción y la Dimensión 5: Investigación Económica.

Correlaciones

			VARIABLE 1: Producción	DIMENSIÓN 5: Investigación Económica
Rho de Spe ar man	VARIABLE 1: Producción	Coeficiente de correlación	1,000	,863**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Dimensión 5: Investigación Económica	Coeficiente de correlación	,863**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS Statistics 25

Conclusión

Se puede observar el grado de correlación determinadas por Rho Spearman, donde la Producción de Vino blanco, se relaciona significativamente con la

Investigación Económica. Según la correlación de Rho de Spearman de 0,863 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte entre las variables y significación bilateral 0,000, por lo que tiene un alto significativo, es por ello que se acepta la hipótesis alterna. Existe relación directa y significativa entre la Producción de vino blanco y la Investigación Económica.

Prueba de Hipótesis Específica 3:

Hipótesis estadística

H0: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete no se relaciona positivamente con el Proceso Logístico Internacional, año 2020

H3: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Proceso Logístico Internacional, año 2020

Tabla 12

Grado de correlación y nivel de significación entre la Variable 1: Producción y la Dimensión 6: Proceso Logístico Internacional.

Correlaciones

			VARIABLE 1: Producción	DIMENSIÓN 6: Proceso Logístico Internacional
Rho de Spearman	VARIABLE 1: Producción	Coefficiente de correlación	1,000	,903**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	DIMENSIÓN 6: Proceso Logístico Internacional	Coefficiente de correlación	,903*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS Statistics 25

Conclusión

Se puede observar el grado de correlación determinadas por Rho Spearman, donde la Producción de Vino blanco, se relaciona significativamente con el Proceso Logístico Internacional. Según la correlación de Rho de Spearman de 0,903 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte entre las variables y significación bilateral 0,000 por lo que tiene un alto significativo, es por ello que se acepta la hipótesis alterna. Existe relación directa y significativa entre la Producción de vino blanco y el Proceso Logístico Internacional.

V. DISCUSIÓN

En relación a la hipótesis específica 1 planteado en esta investigación que buscó Determinar la relación de la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz -Cañete y el Mercado objetivo, año 2020. Estos resultados coinciden con la investigación de Atalaya(2018) titulado "Características de la Cadena Productiva de Vino de Cascas - La Libertad para su competitividad del producto en EE.UU New York", donde manifiesta que para conocer el mercado a donde vamos a dirigir nuestra exportación, se debe de llevar a cabo una recolección de datos para identificar cómo está el mercado actualmente en relación al producto a exportar mediante los siguientes puntos claves: Analizar la competencia, el perfil del consumidor americano en relación al vino y la demanda potencial de nuestro producto en Estados Unidos, esto ayudará a que la empresa conozca el mercado al que se está dirigiendo. Además Esquivel (2017). en su tesis titulada "Producción y exportación de vino de la casa roganto al mercado inglés, 2017", se encontraron resultados que corroboran nuestra investigación, donde se evidenció el estudio de proyecciones elaboradas de estadísticas pasadas para obtener un autodiagnostico a través de los aspectos de un mercado, lo que demuestra que existe una relación directa y positiva entre la producción de vino y el mercado objetivo, evidenciándose que la recopilación de información del mercado a exportar, ayudará a conocer donde se desenvolverá mejor el producto y su comercialización, estableciendo estrategias como: la diversificación del vino, la calidad, precio, entre otros, representando una gran oportunidad de crecimiento para la empresa dado que

Estados Unidos es un país exigente al momento de adquirir un producto, esto ayudará en la integración y posicionamiento del producto en dicho país. Así mismo en nuestros resultados se evidenciaron mediante la prueba de correlación de Rho Spearman de 0,816 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción y el mercado objetivo para la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante entre la producción y el mercado objetivo siendo de gran importancia realizar un estudio del mercado meta y del consumidor previo a la exportación para la recolección de datos, identificando la situación actual del mercado en relación al producto a exportar en este caso “Vino blanco”, ya que mediante ello se va a conocer muchos factores importantes e imprescindibles para el desarrollo de la empresa D’ la Cruz y así lograr el posicionamiento en el mercado estadounidense.

En relación a la hipótesis específica 2 planteado en esta investigación que buscó Determinar la relación de la Producción de Vino Blanco de la bodega D’ la Cruz - Cañete y la Investigación económica, año 2020. Estos resultados coinciden con la investigación de Salvador (2016). En su tesis titulada “Mercado internacional del vino, intentos de modelización y estrategias territoriales de comercialización en España”, Se encontraron resultados que corroboran nuestra investigación, donde se evidenció mediante la prueba de correlacion de Spearman con un valor significativo de $P=0,000<0,05$, se obtuvo una correlación positiva considerable de 0,817, lo que demuestra que existe una relación directa y positiva entre la producción y la investigación económica, evidenciandose que para realizar un proceso de Exportación se debe tener en cuenta diversos estudios, como la investigación económica, Salvador indica que para tener un precio medio de exportación hacia Estados unidos se debe analizar el volumen de importación del vino del año anterior, el PIB per cápita y la variación del tipo de cambio frente al dólar, el modelo usado fue el de regresión con datos de panel, ya que usando datos macroeconómicos son muy predictivos y eficaces para la investigación económica. Además, en nuestros resultados se evidenciaron mediante la prueba de correlación de Rho

Spearman de 0,863 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción de vino y la investigación económica para la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante en relación a la producción y la investigación económica, por ello la Bodega D' La Cruz tendrá que realizar un estudio económico previo a la exportación a Estados Unidos , ya que se obtendrán datos predictivos de dicho país, que indicarán el estado económico actual, los riesgos, etc y se podrá tener estrategias de contingencia ante cualquier situación que se pueda presentar en la exportación y comercialización del producto.

En relación a la hipótesis específica 3 planteada en esta investigación que buscó Determinar la relación de la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020. Estos resultados coinciden con la investigación de Almeyda(2017) titulado "Sistema de gestión de costos de la calidad para incrementar la rentabilidad de una empresa vitivinícola" se encontraron resultados que corroboran con nuestra investigación, así como los obtenidos mediante evaluaciones porcentuales, además indica que se planteó la implementación de un sistema de gestión de calidad a la empresa para la reducción de costos en la fabricación y luego proceder con la exportación. Así mismo tendrá mayores recursos de actividad de evaluación y prevención a medida que la empresa se anticipe a las posibles fallas que se puedan producir desde la fabricación del producto hasta la entrega en el país destino, de manera que beneficiará en la rentabilidad que resulta imprescindible para la empresa productora de vino. La tesis mencionada, nos muestra que es importante implementar un sistema de gestión de costos de calidad, ya que permitirá reducir los costos totales y ayudará a que no presenten fallas en el proceso de producción, posteriormente se optaría por un operador logístico internacional para gestionar un mejor proceso logístico internacional, de esta manera se incrementará la rentabilidad de la empresa, ya que ofreciendo un precio adecuado y un producto de calidad al país destino incrementará la rentabilidad productiva y operativa de la empresa. Además, la empresa busca

mejorar su perfil, incrementar la confianza de los clientes y alcanzar la adecuada integración al mercado. Así mismo en nuestros resultados se evidenciaron mediante la prueba de correlación fueron de Rho Spearman de 0,903, cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción y el proceso logístico internacional para la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante entre la producción y el proceso logístico internacional, ya que es de vital importancia para la empresa D' la Cruz realizar una serie de procedimientos con el fin de dar como resultado un producto óptimo entregado al cliente en el lugar y tiempo estipulado, alcanzando una distribución física exitosa de la mercancía considerando el tipo de transporte, la reducción de costos, precio, etc. De esta manera la empresa mejorará su perfil, incrementará la confianza de los clientes y alcanzará la adecuada integración del vino en el mercado estadounidense.

Finalmente, en relación a la hipótesis general planteada en esta investigación que buscó Determinar la relación de la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Estos resultados coinciden con la investigación de Navinta (2015) "Asociatividad de los productores de vino del valle de san juan de chorunga para la exportación de vino, 2015" se encontraron resultados que corroboran nuestra investigación, donde se evidenció mediante la prueba de correlación de Spearman de 0,846 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de significativo de $p= 0,000 < 0,05$ lo que demuestra que existe una relación directa y positiva entre la producción y la exportación de vino, Año 2015, evidenciándose que la empresa posee puntos débiles de lo cual necesita capacitar para fortalecer la gestión comercial, estratégica de la empresa entre otros, con la finalidad de obtener el desarrollo y crecimiento que la empresa necesita para realizar la exportación. Además, en nuestros resultados se evidenciaron mediante la prueba de correlación de Rho Spearman de 0,903 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe relación directa y

significativa entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la exportación para la exportación al mercado estadounidense, año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante entre la producción y la exportación, lo que corrobora que es fundamental conocer el proceso de producción e investigar los puntos débiles que la empresa D' la Cruz pueda tener, así reforzar las áreas necesarias por medio de capacitación, esto influye en el crecimiento de la empresa y disminuye los riesgos en la exportación, de manera que se pueda obtener la aceptación del vino blanco, cumpliendo con la demanda del mercado estadounidense y así lograr una rentabilidad productiva y operacional.

La presente investigación considera como fortaleza el apoyo del programa estadístico informático (SPSS) que es una herramienta útil que nos ayuda a organizar la información y a tener el tratamiento estadístico de todos los datos. Es favorable porque a través de ello se obtuvieron nuestros resultados, empezando por el alfa de Cronbach lo cual sirvió para medir la fiabilidad de nuestras variables. Por consiguiente, la tabla cruzada y finalmente con la contrastación de cada hipótesis tanto la general como las específicas, del mismo modo se establece las debilidades como: encuestas a través formulario Google drive, la situación de emergencia que atravesamos nos limita a la recolección de datos, ya que no podemos interactuar con las personas que fueron encuestadas. En efecto, no es lo mismo recibir información a través de un correo o por medio del teléfono que realizar una visita incierta a la empresa.

El fin de esta investigación fue ver la factibilidad de exportar vino blanco peruano al mercado Estadounidense, ya que observamos que la producción del vino peruano solo se distribuye a nivel nacional y el mercado estadounidense es el adecuado para el desarrollo del producto peruano, es por ello que se cuenta con la Bodega D' La Cruz y la calidad de su producto. No obstante es importante promover en estos tiempos el comercio internacional, ya que al no haber obtenido ingresos por parte de las exportaciones de los productos tradicionales, es factible la exportación de este producto, por lo que se busca la internacionalización de la empresa y al tener todos los recursos necesarios, se logrará un gran aporte a la economía peruana y al mercado del vino peruano.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye en la presente investigación. Titulada “Producción de Vino Blanco de la Bodega D’ La Cruz - Cañete para la Exportación al Mercado Estadounidense, año 2020”, considerando como objetivo específico 1: Identificar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D’ la Cruz -Cañete y el Mercado objetivo, año 2020, se demostró en la hipótesis 1 de la correlación con Rho Spearman que fue de 0,816 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción y el mercado objetivo para la exportación al mercado estadounidense Año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante entre la producción y el mercado objetivo siendo de gran importancia realizar un estudio del mercado meta y del consumidor previo a la exportación para la recolección de datos, identificando la situación actual del mercado en relación al producto a exportar en este caso “Vino blanco”, ya que mediante ello se va a conocer muchos factores importantes e imprescindibles para el desarrollo de la empresa D’ la Cruz y así lograr el posicionamiento en el mercado estadounidense.h
2. Se concluye en la presente investigación. Titulada “Producción de Vino Blanco de la Bodega D’ La Cruz - Cañete para la Exportación al Mercado Estadounidense, año 2020”, considerando como objetivo específico 2: Describir la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D’ la Cruz-Cañete y la Investigación económica, año 2020, se demostró en la hipótesis 2 de la correlación con Rho Spearman que fue de 0,863 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p= 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción y la investigación económica para la exportación al mercado estadounidense, Año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante en relación a la producción y la investigación económica, por ello la Bodega D’ La Cruz tendrá que realizar un estudio económico previo a la exportación a Estados Unidos, ya que se

obtendrán datos predictivos de dicho país, que indicarán el estado económico actual, los riesgos, etc y se podrá tener estrategias de contingencia ante cualquier situación que se pueda presentar en la exportación y comercialización del producto.

3. Se concluye en la presente investigación. Titulada “Producción de Vino Blanco de la Bodega D’ La Cruz - Cañete para la Exportación al Mercado Estadounidense, año 2020”, considerando como objetivo específico 3: Interpretar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D’ la Cruz-Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020, se demostró en la hipótesis 3 de la correlación con Rho Spearman que fueron de 0,903 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p = 0.000 < 0,05$, determinando que existe una relación directa y significativa entre la producción y el proceso logístico internacional para la exportación al mercado estadounidense, Año 2020. Por lo que se concluye que existe evidencia relevante entre la producción y el proceso logístico internacional, ya que es importante para la bodega D’ la Cruz realizar una serie de procedimientos con el fin de dar como resultado un producto óptimo entregado al cliente en el lugar y tiempo estipulado, alcanzando una distribución física exitosa de la mercancía considerando el tipo de transporte, la reducción de costos, precio, etc. De esta manera la empresa mejorará su perfil, incrementará la confianza de los clientes y alcanzará la adecuada integración del vino en el mercado estadounidense.
4. Finalmente, Se concluye en la presente investigación. Titulada “Producción de Vino Blanco de la Bodega D’ La Cruz - Cañete para la Exportación al Mercado Estadounidense, año 2020”, considerando como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la producción de vino blanco de la bodega D’ la Cruz- Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020, se demostró en la hipótesis general de la correlación con Rho Spearman que fue de 0,903 cuyo resultado representa una correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $p = 0.000 < 0,05$,

determinando que existe relación significativa entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz y la exportación al mercado estadounidense, Año 2020. Por lo que se concluye finalmente que existe evidencia relevante entre la producción y la exportación, lo que corrobora que es fundamental conocer el proceso de producción e investigar los puntos débiles que la empresa D' la Cruz pueda tener, así reforzar las áreas necesarias por medio de capacitación, esto influye en el crecimiento de la empresa y disminuye los riesgos en la exportación, de manera que se pueda obtener la aceptación del vino blanco, cumpliendo con la demanda del mercado estadounidense y así lograr una rentabilidad productiva y operacional.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Bodega D' La Cruz desarrollar un estudio de mercado previo a la exportación hacia Estados Unidos, realizando una recolección de datos, identificando la situación actual del mercado en relación al producto a exportar en este caso "Vino blanco", para facilitar la realización del estudio de mercado se recomienda usar herramientas digitales de inteligencia comercial y de comercio exterior tales como: Siicex, Trademap, Adex data trade, etc. Esto brindará la búsqueda de información adecuada y actualizada.
2. Se recomienda a la Bodega D' La Cruz desarrollar una investigación económica previa a la exportación a Estados Unidos, ya que se obtendrán datos predictivos de dicho país, que indicarán el estado económico actual, los riesgos, etc y se podrá tener estrategias de contingencia ante cualquier situación que se pueda presentar en la exportación y comercialización del producto, tal como tener una reserva en otro tipo de cambio, ya que el país americano exporta su inflación con la emisión de cada vez más dólares, dando como consecuencia una divisa muy variante e inestable, tener una reserva brindará seguridad ante cualquier situación de contingencia.
3. Se recomienda a la Bodega D' La Cruz desarrollar el proceso logístico internacional, ya que ayudará a que la empresa mediante una serie de procedimientos de cómo resultado un producto óptimo entregando al cliente en el lugar y tiempo estipulado considerando las diversas modalidades de transporte para que de esta manera se reduzca el costo de exportación y se pueda obtener un mejor precio del producto para ser más competitivo en el mercado americano.
4. Finalmente, Se recomienda a la Bodega D' La Cruz identificar las debilidades que la empresa pueda tener para el reforzamiento de las áreas necesarias por medio de una capacitación, lo cual ayudará al crecimiento de la empresa y reducirá los riesgos en la exportación. Al incursionar en un nuevo mercado tendrá que obtener una considerable participación de la misma, ofreciendo estrategias de marketing, cumpliendo con la demanda del mercado estadounidense, el estándar de calidad, diversidad del producto y así lograr una integración en el mercado para obtener una rentabilidad productiva y operacional en la empresa.

REFERENCIAS

- Agu, R.C., Okenchi, M.U., Ude, C.M., Onyia, A.I., Onwumelu, A.H., Ajiwe, V.I.E. (2014). *“Fermentation Kinetic Studies of Nigerian Palm Wines-Elaeis guineensis and Raphia hookeri for Preservation by Bottling”*. Journal of Food Science and Technology, Volumen (3), 21-46
- Agurto, A. (24 de mayo del 2019). Perú es un mercado de vitrina del vino hacia el resto del Mundo. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/marcelo-papa-peru-mercado-vitrina-vino-resto-mundo-267998-noticia/>
- Agencia Peruana de Noticias. (9 de octubre de 2018). Sector agropecuario peruano creció 7.5% en agosto de 2018. *América*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/sector-agropecuario-peruano-crecio-75-en-agosto-de-2018>
- Archier, P., Coen, S. y Roggero, J (2013). *“Changes in the phenolic content of single-variety wines after the first nine months of storage”*. Sci. Aliment, Volumen (2), 33-50.
- Añón, A., López, J.F., Hernando, D., Revilla, E y Losada, M. (2014) *“Effect of five enological practices and of the general phenolic composition on fermentation-related aroma compounds in Mencia young red wines”*. Food Chemistry, Volumen (5), 34-44.
- Almeyda, J. (2017). *Sistema de gestión de costos de la calidad para incrementar la rentabilidad de una empresa vitivinícola*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Agraria, Lima, Perú.
- Anderson, K. y Nelgen, S. (2011). Global Wine Markets, 1961 to 2009: A Statistical Compendium. Adelaide: University of Adelaide Press.

- Andina. (27 de agosto de 2017). *Exportacion de vino peruano crecio 50% en primer semestre del año. Perú.* Recuperado de <https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/exportacion-vino-peruano-crecio-50-primer-semester-ano-noticia-530633>
- Arias, H. (2015). *Caracterización de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio- Rubro vitivinícola del distrito de nuevo imperial, provincia de Cañete, departamento de lima, Año 2015.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Cañete, Perú.
- Atalaya, L. (2018). *Características de la Cadena Productiva de Vino de Cascas - La Libertad para su competitividad del producto EE. UU New York.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Carle, G. (2014). *Internacionalización, Mercados y Empresa.* (1a ed.) Madrid: Esic Editorial.
- Castro, C. (2008). *Planeación de la producción.* (1a ed.) Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit
- Cervera, F. y Compés, R. (2017). *International competitiveness of the wine industry: Consistency of its indicators.* BIO Web Conf. Volume (9), p. 1-10. Recovered of <https://doi.org/10.1051/bioconf/20170903001>
- Compés, R. y Cervera F. (2019). *A Wine Adaptation Index to measure exports performance.* EDP Sciences, vol. (15), p. 1-8 Recovered of <https://doi.org/10.1051/bioconf/20191503015>
- Cerda, J. y Hernandez, R. (2014). *Las exportaciones de vino argentinas.* Revista de economia Agricola, vol. (61), p. 35-52 Recuperado de <http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/publicar/rea2014-2/rea2-32014.pdf>

Corte, R., & Gómez, P. (2010). *Planificación y gestión de sistemas de producción para Ingenieros de organización industrial*. (1a ed.) Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

Estados Unidos supero a Francia como primer consumidor mundial del vino. (13 de mayo de 2014). El comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mundo/ee-uu-supero-francia-primer-consumidor-mundial-vino-378076-noticia/>

Estados Unidos y Chile consumen más vinos y piscos peruanos. (21 de agosto de 2015). Adex. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/adex-estados-unidos-y-chile-consumen-mas-vinos-y-piscos-peruanos-noticia-828773>

Estados Unidos se consolida como principal destino del vino peruano. (31 de diciembre de 2017). *Andina*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-estados-unidos-se-consolida-como-principal-destino-del-vino-peruano-694439.aspx>

Esquivel, N. (2017). *Producción y exportación de vino de la casa roganto al mercado inglés, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.

Estos son los cultivos peruanos de mayor demanda en el mundo. (3 de marzo de 2019). Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-estos-son-los-cultivos-peruanos-mayor-demanda-el-mundo-745513.aspx>

Etaio, I., Pérez Elortondo, F.J., Albisu, M., Gaston, E., Schlich, P. (2015). "Sensory attribute evolution in bottled young red wines from Rioja Alavesa". *European Food Research and Technology*, Volumen (5), 15-30

Fernández de Simón, B., Hernández, T., Cadahía, E., y Estrella, I. (2016). "*Phenolic compounds in a Spanish red wine aged in barrels made of Spanish,*

French and American oak wood". European Food Research and Technology, Volumen (2), 35-62.

Las exportaciones de vino crecieron 7,2 % en 2019. (5 de marzo de 2019). La Provincia SJ. Recuperado de <https://www.diariolaprovinciasj.com/economia/2019/3/5/las-exportaciones-de-vinos-crecieron-72-en-2019-105991.html>

Lopez, R. y Cervera, F. (2013). *The commercial performance factors of the large exporting countries in bottled and bulk wine markets in the 21st century*. BIO Web Conf., Vol. (12), p. 1-8. Recovered of <https://doi.org/10.1051/bioconf/20191203008>

Lindsey, M. y Llanos, E. (2015). "*A healthy indulgence*" *Wine consumers and the health benefits of wine*. Science Direct, Vol. (4). 3-11. Recovered of <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212977415000022>

Lorengo, L. y Pinto, L. (2015) "*Wine and cultural heritage*". The experience of the Alto Douro Wine Region. Science Direct. Vol. (4), p. 78-87. Recovered of <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212977415000277>

Litte, A. C. (2015). "*Colorimetry of antocianin pigmented products: changes in pigment composition with time*". J. Food Sci., Volumen (1), 20-34.

Matsuura, H. (2012). *Comercio exterior y Operatividad Aduanera*. (1a ed.) Lima: Universidad San Martín de Porres. Fondo Editorial.

Medina, F. y Martínez J. (2014). *The world wine market and the competitiveness of the Southern Hemisphere countries, 1961-2010*. Scielo, Am. Lat. Hist. Econ (vol). 14-24. Recovered of http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-22532014000200002

Mondragón, V. (31 de mayo de 2016) El mercado de vino en Perú. *Icontainers*. Recuperado de <https://www.icontainers.com/es/2016/05/31/exportar-vinos-peru/>

Navinta, Y. (2015). *Asociatividad de los productores de vino del valle de san juan de chorunga para la exportación de vino, 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú.

Palomero, F., Benito, S., Morata, A., Tesfaye, W y González, M.C. (2015). “*Effect on the autolysis process and the colouring matter of several commercial preparations with β -glucanase action in red winemaking*”. European Food Research and Technology, Volumen (4), pp. 45-55.

Rivas Gonzalo, J. C., Bravo Haro, S y Santos Buelga, C. (2016). “*Detection of compounds formed through the reaction of malvidin 3-monoglucósido and catechin in the presence of acetaldehyde*”. J. Agric.Food Chem, Volumen (6) 23-45.

Riera, J. (2014). *Wine and culture*. Acción de número, Volumen (51), 201-240. Recovered of file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-EIVinoYLaCultura-5361613%20(1).pdf

Salvador, J. (2016). *Mercado internacional del vino, Intentos de modelización y estrategias territoriales de comercialización en España*. (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Soto Vázquez, E., Río Segade, S y Orriols Fernández, I. (2013). “*Effect of the winemaking technique on phenolic composition and chromatic characteristics in young red wines*”. European Food Research and Technology, Volumen (5), pp. 22-47

Vega, M. (2 de julio de 2019). Fomentar agricultura familiar con visión exportadora reducida pobreza rural. *Andina*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-fomentar-agricultura-familiar-vision-exportadorareducir-pobreza-rural-757374.aspx#>

Villamar, M. (2019). *Plan de Exportación de Vino de Laboratorio con frutas de la empresa Unión Vinícola Internacional S.A. al mercado de Italia* (Tesis de licenciatura). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Won, F. y Gartner, W. (2015). “*The effect of wine policy on the emerging cold-hardy wine industry in the northern U.S.*” states. Science Direct, Vol. (4), p. 35-44. Recovered of <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212977415000149>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Producción	Smith (1776) define la producción como el proceso que convierte o transforma un bien en otro con la finalidad de diferenciar producto y el obtener el posicionamiento en el mercado objetivo.	Para poder medir la variable Producción, se tomará en cuenta la Trazabilidad, Diferenciación y Posicionamiento.	Trazabilidad	-Actividades Productivas -Costo de Producción -Cadena de suministros	Cuantitativa de razón
			Diferenciación	-Público Objetivo -Calidad -Oferta Competitiva	Cuantitativa de razón
			Posicionamiento	- Posicionamiento de competidores - Posicionamiento de consumidores - Posicionamiento del producto	Cuantitativa de razón
Exportación	Smith (1776) definió la exportación como la acción de vender bienes o servicios que brinda una empresa por ello es necesario tener conocimiento del mercado objetivo mediante la investigación económica del país destino y la logística internacional para la exportación.	Para poder medir la variable Exportación, se tomará en cuenta el Mercado, Económica y Logística.	Mercado Objetivo	-Optimización de recursos -Servicios y/o productos eficaces -Creación de nuevos productos o servicios -Demanda potencial del producto	Cuantitativa de razón
			Investigación Económica	-Barreras tarifarias a las Exportaciones -Estabilidad económica del país de destino -Variación en las tasas de cambio	Cuantitativa de razón
			Proceso Logístico Internacional	-Capacidad Exportable -Costos Logísticos -Garantía de Entrega de mercancía	Cuantitativa de razón

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA LOS DIRECTIVOS Y TRABAJADORES SOBRE LA PRODUCCIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la responsabilidad social de la empresa D' la Cruz S.A.C. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de características acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1)NUNCA 2) CASI NUNCA 3) A VECES 4) CASI SIEMPRE 5) SIEMPRE

TRAZABILIDAD						
Actividades Productivas						
1	¿Cree usted que la bodega cuenta con la producción necesaria para el desarrollo de la empresa?	1	2	3	4	5
2	¿Cree usted que la bodega cuenta con disposición de entrega en temporadas altas?	1	2	3	4	5
3	¿Cree usted que la bodega cumple con los estándares del producto para el consumo del cliente?	1	2	3	4	5
Costo de Producción						
4	¿Cree usted que la Bodega cuenta con la materia prima e insumos necesarios para la elaboración del producto?	1	2	3	4	5
5	¿Cree Ud que la Bodega cumple con los gastos de energía eléctrica, agua entre otros servicios necesarios?	1	2	3	4	5
6	¿Considera Ud que la bodega cumple con los pagos de salario de sus trabajadores?	1	2	3	4	5
Cadena de Suministro						
7	¿Considera usted que la Bodega cuenta con la disposición de medios de transporte necesarios para llevar a cabo el proceso de venta?	1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que la bodega cuenta con el proceso de	1	2	3	4	5

	transformación adecuado para el producto?					
9	¿Cree usted que la bodega establece canales de comunicación y coordinación adecuado?	1	2	3	4	5
DIFERENCIACIÓN						
Público Objetivo						
10	¿Considera usted que conoce el nivel socioeconómico que tiene su público objetivo?	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que la empresa toma en consideración la crítica y recomendaciones de sus clientes?	1	2	3	4	5
Calidad						
12	¿Considera que el producto que ofrece la bodega posee alguna diferenciación o valor agregado con el de la competencia?	1	2	3	4	5
13	¿Cree usted que el producto que ofrece la bodega es mejor que el de la competencia?	1	2	3	4	5
Oferta Competitiva						
14	¿Considera usted que el precio del producto que ofrece la bodega es competitivo con el de la competencia ?	1	2	3	4	5
15	¿Conoce Ud los puntos débiles y fuertes de su competencia?	1	2	3	4	5
POSICIONAMIENTO						
Posicionamiento de Competidores						
16	¿Considera usted que los productos de la bodega ofrecen originalidad a comparación de la competencia?	1	2	3	4	5
17	¿Conoce usted a sus principales competidores?	1	2	3	4	5
Posicionamiento de Consumidores						
18	¿Cree usted que sus clientes conocen el perfil de la bodega?	1	2	3	4	5
19	¿Cree usted que la bodega emplea estrategias de posicionamiento para atraer a los consumidores?	1	2	3	4	5
Posicionamiento del producto						
20	¿Considera usted que los productos de la bodega tienen mejor sabor de lo que ofrece la competencia?	1	2	3	4	5
21	¿Cree usted que la empresa cuenta con publicidad, oferta de precio entre otras opciones para el posicionamiento del producto?	1	2	3	4	5

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS Y TRABAJADORES SOBRE LA EXPORTACIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Exportación de la Empresa D' la Cruz S.A.C. La presente encuesta es anónima, Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuestas que debe calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA 2) CASI NUNCA 3) A VECES 4) CASI SIEMPRE 5) SIEMPRE

MERCADO OBJETIVO						
Optimización de recursos						
1	¿Considera usted que la bodega cuenta con los Canales adecuados para la comercialización de su producto?	1	2	3	4	5
2	¿Cree usted que la bodega ofrece estrategias y capacitación para la comercialización de su producto?	1	2	3	4	5
3	¿Considera Ud que la bodega ofrece la distribución y promoción adecuada de su producto?	1	2	3	4	5
Servicios y/o productos eficaces						
4	¿Conoce Ud la demanda de su producto en el mercado objetivo?	1	2	3	4	5
5	¿Considera Ud que la oferta ofrecida satisface los estándares del público objetivo?	1	2	3	4	5
Creación de nuevos productos o servicios						
6	¿Considera Ud que la bodega crea nuevos productos para la satisfacción del consumidor?	1	2	3	4	5
Demanda potencial del producto						
7	¿Conoce Ud los Factores Sociales del mercado objetivo ?					
8	¿Conoce Ud los Factores Demográfico del mercado objetivo?					
9	¿Conoce Ud los Factores Económicos del Mercado Objetivo?					

INVESTIGACIÓN ECONÓMICA						
Barreras tarifarias a las Exportaciones						
10	¿Cree usted que la bodega cuenta con el financiamiento necesario para el proceso de exportación al mercado Estadounidense?	1	2	3	4	5
11	¿Cree usted que los Tratados de Libre comercio de nuestro país los beneficiaría para la exportación al mercado estadounidense?	1	2	3	4	5
Estabilidad económica del país de Destino						
12	¿Conoce usted sobre la economía actual del país destino?	1	2	3	4	5
13	¿Cree usted que la bodega cuenta con capacidad financiera para la exportación?	1	2	3	4	5
Variación en la tasa de Cambio						
14	¿Considera usted que la bodega cuenta con reserva como situación de contingencia ante la constante variación de la tasa de cambio?	1	2	3	4	5
LOGÍSTICA INTERNACIONAL						
Capacidad Exportable						
15	¿Considera usted que la bodega cuenta con el volumen de producción capaz de abastecer el mercado estadounidense?	1	2	3	4	5
16	¿Considera Ud que la bodega cuenta con una Planificación?	1	2	3	4	5
17	¿Considera usted que su estructura organizacional cuenta con la preparación necesaria para afrontar las exigencias del mercado a exportar?					
Costos Logísticos						
18	¿Conoce usted las modalidades de transporte para la exportación?	1	2	3	4	5
19	¿Cree usted que la bodega contará con inventario optimizado para el mercado Estadounidense?	1	2	3	4	5
20	¿Cree Ud que el alquiler de almacén para el inventario afectará al precio del producto ?	1	2	3	4	5
21	¿Cree usted que la empresa contará con la distribución adecuada para los pedidos en el mercado a exportar?	1	2	3	4	5
Garantía de Entrega de mercancía						
22	¿Considera usted que la bodega garantiza la entrega de las mercancías en el momento y lugar requerido?	1	2	3	4	5

Anexo 3. Validación de Expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: FRIAS GUEVARA ROBERTH
I.2. Especialidad del Validador: Dr. CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autores del instrumento: Castillo Miranda, Pierina y Villameres Luyo, Roberto Ángel

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los Olivos, 20 de junio del 2020.

.....
Firma de experto informante

DNI: _08312356_

Teléfono: _939376605_

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		

Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		
Item 22	✓		

Los Olivos, 20 de junio del 2020.



Firma de experto informante

DNI: _08312356_

Teléfono: __939376605_

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL
- I.2. Especialidad del Validador: MGTR. ING. ECONOMISTA
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo - Docente
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autores del instrumento: Castillo Miranda, Pierina y Villamares Luyo, Roberto Ángel

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 20 de junio del 2020.

.....

 Firma de experto informante
 DNI: 07903350
 Teléfono: 985997741

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		

Los Olivos, 20 de junio del 2020.



Firma de experto informante
DNI: 07903350
Teléfono: 985997741

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		

Los Olivos, 20 de junio del 2020.



Firma de experto informante
DNI: 07903350
Teléfono: 985997741

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS
- I.2. Especialidad del Validador: Dr. Administración en Educación
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autores del instrumento: Castillo Miranda, Pierina y Villamares Luyo, Roberto Ángel

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 30 de junio del 2020.

85%

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		

Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		

Los Olivos, 30 de junio del 2020.

.....

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

Anexo 4. Confiabilidad de las variables

Confiabilidad de la Variable N° 1: Producción

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: SPSS Statistics 25

Estadísticos de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	de	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,937		910	21

Fuente: SPSS Statistics 25

Confiabilidad de la Variable N° 2: Exportación
Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: SPSS Statistics 25

Estadísticos de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	de	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,944		931	22

Fuente: SPSS Statistics 25

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete para la exportación al mercado estadounidense, año 2020

Autor: Roberth Frías Guevara

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores							
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la Exportación al mercado estadounidense, año 2020?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' La Cruz - Cañete y el Mercado objetivo, año 2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y la Investigación económica, año 2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación que existe entre la producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz- Cañete y la exportación al mercado estadounidense, año 2020.</p> <p>Objetivos Específicos: Identificar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz -Cañete y el Mercado objetivo, año 2020.</p> <p>Describir la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz-Cañete y la Investigación económica, año 2020.</p> <p>Interpretar la relación entre la Producción de Vino Blanco de la bodega D' la Cruz-Cañete y el Proceso Logístico Internacional, año 2020.</p>	<p>Hipótesis General : La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la exportación al mercado estadounidense, año 2020.</p> <p>Hipótesis Específicos: La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Mercado Objetivo, año 2020.</p> <p>La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con la Investigación Económica, año 2020.</p> <p>La producción de vino blanco de la bodega D' la Cruz - Cañete se relaciona positivamente con el Proceso Logístico Internacional, año 2020.</p>	Variable 1: Producción							
			Dimensiones		Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos	
			TRAZABILIDAD	Actividades Productivas.	1,2,3	1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre	Bajo Medio Alto	Bajo Medio Alto		
				Costo de producción.	4,5,6					
				Cadena de suministro	7,8,9					
			DIFERENCIACIÓN	Público Objetivo.	10,11					
				Calidad	12,13					
			POSICIONAMIENTO	Oferta competitiva	14,15					
				Posicionamiento de competidores	16,17					
				Posicionamiento de consumidores	18,19					
				Posicionamiento del producto	20,21					
			Variable 2: Exportación							
			Dimensiones		Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos	
			MERCADO OBJETIVO	Optimización de recursos	1,2,3	1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre	Bajo Medio Alto	Bajo Medio Alto		
				Servicios y/o productos eficaces.	4,5					
				Creación de nuevos productos o servicios.	6					
				Demanda potencial del producto.	7,8,9					
			INVESTIGACIÓN ECONÓMICA	Barreras tarifarias a las Exportaciones	10,11					
Estabilidad económica del país de destino	12,13									
PROCESO LOGÍSTICO INTERNACIONAL	Variación en las tasas de cambio	14								
	Capacidad Exportable	15,16,17								
	Costos Logísticos.	18,19,20,21								
	Garantía de Entrega de Mercancías.	22								
<p>Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Tipo de estudio: Aplicada</p>	<p>Población: La presente investigación se tomó como población a los 20 directivos y trabajadores que se realizará en la bodega D' la Cruz en el año 2020, las que se ha identificado visitando y encuestando a los trabajadores de las mismas. Por lo tanto, ellos conforman la población.</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p> <p>Tamaño de muestra: 20</p>	<p>Variable 1: Producción Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre producción desde la perspectiva de los directivos y trabajadores de la bodega D' la Cruz.</p> <p>Año: 2020 Elaboración: Propia Ámbito de Aplicación: Bodega D' la Cruz Forma de Administración: 2</p>		<p>Descriptiva: Este Informe de investigación es de Estadística descriptiva, con procesos estadísticos descriptivos e inferenciales.</p>						
		<p>Variable 2: Exportación Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre exportación desde la perspectiva de los directivos y trabajadores de la bodega D' la Cruz Año: 2020 Elaboración: Propia Ámbito de Aplicación: Bodega D' la Cruz. Forma de Administración: 2</p>								